

Thomas Hecken

Billig-TV. Shopping Queen, YouTuber, ZDFkultur, Tagesschau, Dschungelcamp etc.

2015

<https://doi.org/10.25969/mediarep/591>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hecken, Thomas: Billig-TV. Shopping Queen, YouTuber, ZDFkultur, Tagesschau, Dschungelcamp etc.. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 4 (2015), Nr. 1, S. 14–25. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/591>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2015-14740>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

B I L L I G - T V

Shopping Queen, YouTuber, ZDFkultur, Tagesschau,
Dschungelcamp etc.

Thomas Hecken



14

Vor über zehn Jahren begann der Versuch, den von US-amerikanischen Konservativen zwei Jahrzehnte zuvor aufgebrachten Begriff der ›underclass‹ nach Deutschland zu bringen. Nicht zuletzt mit Blick auf RTL im Allgemeinen und Dieter Bohlen im Besonderen sollte die ›Unterschicht‹ für ihre ökonomische Niederlage kulturell verantwortlich gemacht werden. Solcher Fernsehkonsum führe ins Abseits, verstetige die Abhängigkeit von sozialpolitischen Leistungen.

Nach anfänglichen Erfolgen in der Mitte der Nullerjahre ist der Begriff heute weitgehend verschwunden. Das liegt auch an der Konkurrenz anderer konservativer Bemühungen, die stärker auf Verbindendes setzen, nicht auf Stigmata. Was in vielen Monaten des Jahres die kulturelle ›Unterschicht‹ sein dürfte, muss an Feiertagen zu »25 Jahren friedliche Revolution« (Staatsschauspiel Dresden) zum ›Volk‹ werden, um wenige Wochen später nach ›patriotischen‹ Demonstrationen im nun von ›Arbeiter-und-Bauern‹-Aufmärschen befreiten Dresden sich zur bedrohten »Mitte« (»Welt«, »Focus«, Linke-Fraktionschef Gysi) zu wandeln. Nationalismus kann für die Freunde der ›bürgerlichen Mitte‹ die öffentlich-rechtlichen Defizite ihrer ›verführbaren‹ (Ministerpräsident Seehofer u.v.a.) Anhänger mitunter recht gut ausgleichen.

Einfach eine Trennung zwischen wahren »Wir sind das Volk«-Rufern und wirklich Intoleranten vornehmen zu können, wie Bundeskanzlerin Merkel es in ihrer Neujahrsansprache tat (»tatsächlich meinen sie: Ihr gehört nicht dazu – wegen Eurer Hautfarbe oder Eurer Religion«), das ist nicht jedem gegeben.

Die Zeitschrift »Pop, Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop, Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop, Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS (24) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

Vor allem nicht, wenn sich wie bei Merkel die Kunst der Trennung und Vereinigung noch steigert, um ein paar Atemzüge danach das deutsche Fußball-WM-Team mit kollektivem Sieges- bzw. Untergangspathos zu feiern (»eine Mannschaft, die zusammenhielt, um das große Ziel zu erreichen«).

Für Bundespräsident Gauck stand wenig später – nach dem Anschlag auf die »Charlie Hebdo«-Redaktion – hingegen einfach fest: »Wir« lassen »uns« nicht »spalten«. Dass in Deutschland lebende Muslime dem »Terror« eine Absage erteilten, registrierte Gauck nicht als juristische oder humane Selbstverständlichkeit, sondern feierte es als »patriotisches ›Ja«« (Rede vom 13.01.2015). Bei so viel Einheitsemphase kann die Ausschließungsfigur des kulturell suspekten Unterschichtlers natürlich nicht gedeihen.

Ein anderer Grund für die gegenwärtig geringe Frequenz der »Unterschichts«-Rhetorik: Von den berüchtigten Nachmittags-Talk- und Gerichts-Shows sind die erfolgreichen Privatsender mittlerweile gereinigt. Beim generösen Marktführer RTL gibt es zudem seit 2007 zur Hauptsendezeit am Abend Beratung für seine Werbeopfer (»Raus aus den Schulden«), und Dieter Bohlen muss im »Supertalent« regelmäßig Auftritte wie den der Künstlerin Santé Fortunato ertragen, »die einen, zwei, nein, gleich mehrere Hula Hoop Reifen im Gepäck« hat (rtl.de), um am Ende den Sieg eines »Conchita-Wurst«-Doubles« (bild.de) zu verkünden. Mitjuror Guido Maria Kretschmer quittierte zwar dem Vernehmen nach, angeblich aus Ärger über einige von Bohlens Sprüchen, die sich nicht nur gegen Kandidaten, sondern Kretschmer selbst richteten, anschließend den Dienst, sein

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS (62) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

16 Abgang besitzt aber weder materielle noch symbolische Bedeutung. Bertelsmann gönnt ihm Anfang 2015 sogar eine eigene Show auf RTL: »Deutschlands schönste Frau« (guter Flow: im Programm nach den »Bachelor« gesetzt); vor der Krönung durch Kretschmer stehen »Probleme und ›Zickereien‹«, Mutproben, Make-Over sowie die »Entdeckung innerer Schönheit« (rtl.de).

Verdient hat Kretschmer sich den Aufstieg zum Hauptsender, weil er beim RTL-Ableger Vox seit Jahren Quotengarant mit »Shopping Queen« ist. Er agiert dort bewusst nett (die Frauen, die er wöchentlich zur Einkaufskönigin kürt, haben wenig an Spitzen zu befürchten), sein pädagogisches Programm liegt auf Hartz-IV-Niveau: Mehr als 500 Euro bekommen die Kandidaten bei ihm nicht zur Verfügung gestellt, um sich auf dem Weg zum Königinnen-Titel neu auszustaffieren. Für den Betrag kann man sich bei KiK zwar 50 Jeans kaufen, im »Designer«-Geschäft aber höchstens ein oder zwei im Schlussverkauf. Bescheidenheit und ein geschicktes Händchen beim Einkauf stehen darum hoch im Kurs, nicht Überheblichkeit und freches Auftreten. Billig (das bevorzugte Wort der Sendung lautet natürlich anders) dürfen hier höchstens mal ausgewählte Schuhe und Armbänder sein.

Starke Konkurrenz und Unterstützung zugleich erfahren solche TV-Sendungen seit einigen Jahren von Internet-Clips. Selbstverständlich verfügt »Shopping Queen« über eine eigene Website, die neben Programmhinweisen »günstige« (das ist der richtige Begriff) Dress- und Shoppingtipps bietet (»20 Kleider unter fünfzig Euro«); unter seinem eigenen Namen betreibt und lizenziert

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS (15) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

Kretschmer diverse Online-Angebote, zuletzt für Heine eine »Plus-Size-Kollektion« – »Magermodels, aufgepasst!« (bild.de). Im Gegensatz dazu nicht nur für den Außenstehenden unüberschaubar sind die vielen Angebote von Laien oder (Semi-)Profis, die ebenfalls ein Publikum mit alltagstauglichen Ratschlägen und Sketchen versehen. Aus ihren Reihen ist zwar noch kein Kretschmer hervorgegangen, Portale bemühen sich in Zusammenarbeit mit Media-Agenturen aber darum, das zu ändern.

YouTube z.B. gibt mir unter einer Reihe von vorgeschlagenen Links zu Jazzmusikern und Computerspielen einen entsprechenden Hinweis: »Beliebter Kanal, der dich eventuell interessiert.« Das kommt zwar nicht so richtig hin, aber es handelt sich ja auch nur um eine Möglichkeit, wie das Google-Unternehmen gleich einräumt. Von der treffsicheren Erfassung, konformistischen Verengung und glatten Fernsteuerung der ›individuellen‹ Vorlieben ist der Konzern noch weit entfernt, wenn dies auch in der vorliegenden Zeitschrift von Medien- und Kulturwissenschaftlern fast genauso häufig wie von Redakteuren in großen Nachrichtenmagazinen beklagt wird; eine seit den 1950er Jahren – geheime Verführer!, Manipulation!, verwaltete Welt!, Ich-AGs: unternehmerisches Selbst!, vollendete Simulation!, Herrschaft der Maschinen! – oft zu beobachtende Gleichsetzung von fremden Marketinghoffnungen, feindlichen Managementphrasen und eigenen zivilisationskritischen Dystopien mit der Wirklichkeit.

In diesem Fall hat sich zumindest eine konkrete Marketinghoffnung bereits erfüllt: BibisBeautyPalace, auf diesen Titel hört YouTubes offerierte Website,

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemбераusgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS (13) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

18 kann schon auf eine große Zahl an Zuschauern bauen, das erklärt das Engagement des Netzvideo-Portals. Wie hoch auch immer der Werbeverdienst an dem Produkt ausfallen mag, wenigstens prozentual gesehen muss die Rendite für die Urheber immens sein, denn die Ausgaben für die Herstellung dieses Hits dürften sich im niedrigen drestelligen Euro-Bereich bewegen. Trotzdem handelt es sich nicht um eine gesponserte Werbung auf Amateurniveau, um eine schlichte Verdoppelung der teuren ökonomischen Realität.

Zumindest in dem Punkt kommt die Beauty-Seite grundsätzlich mit den Kritikern herrschender Manipulation und anti- oder transhumaner Intelligenz überein. Knapp formuliert: Papier ist geduldig, das Display noch mehr. Die Aufrechterhaltung der Herrschaft ist teuer, sie kostet Milliarde um Milliarde für Ausbildungsstätten, Bürokraten, Soldaten, Sender, Kommunikationsnetze etc. Die Kritik an ihr aber kann billig sein, sie benötigt lediglich ein paar Worte und wenig Mut. Diese Aussage gilt selbstverständlich nur im Hinblick auf liberale Staaten, die einen nicht gleich ins Gefängnis werfen oder gar mit der ernstzunehmenden Drohung operieren, dass einen Kritik das Leben kosten könnte. Solange sie nicht allzu radikal (oder sogar erfolgversprechend) auf eine Änderung der bestehenden Eigentumsverhältnisse drängt, wird linke und radikaldemokratische Kritik zumindest im Feuilleton und in geisteswissenschaftlichen Fakultäten gerne hingenommen.

Die neuere antiautoritäre Kritik an westlichen Herrschaftsformen erfolgt auch im anderen Sinne des Wortes weitgehend »umsonst«. Der Wunsch vieler

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS (149) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

künstlerisch inspirierter Journalisten und Wissenschaftler nach anarchoiden Lebensweisen ist heute ebenso häufig wie vergeblich gegen ein »neoliberales Regime« gerichtet (nicht mehr gegen die »Kapitalisten«). Keine befreiten Menschen aber in Sicht, die von Leistungsprinzip, Macht, Identität ganz und gar lassen wollen. Die wohlfeile Erklärung dafür vonseiten vieler Kritiker: Manipulation, Algorithmus, Subjektivierungszwänge und -anreize. Es könnte letztlich alles anders sein, wenn die Leute sich nicht von der Macht aufrufen ließen.

Dass sie jetzt aber anderes wollen und tun, steigert nur besagte Kritik. Je schärfer sie wird, je totaler sie ausfällt, desto höher steigt oftmals ihre Beliebtheit unter den Kritikern und ihren Anhängern, die sich selbst offenkundig leicht von den Imperativen und Verlockungen der Macht lösen können. Exklusiver wird die Kritik dadurch zwar nicht, der Preis für sie steigt nicht mit ihrer Schärfe oder Radikalität. Dies führt im historischen Moment – im Gegensatz zu den Jahren nach 1967 – aber nicht dazu, dass sie sich über einen kleinen Kreis von Intellektuellen und Bohemiens verbreitet.

Zumindest steht sie gegenwärtig nicht hoch im Kurs bei YouTube. Empfohlen stattdessen: der »beliebte Kanal« BibisBeautyPalace. An den ersten beiden Stellen: »10 Arten von Pärchen« (über fünf Millionen »Aufrufe«) und »Die 5 schlimmsten Schminkpannen« (rund zwei Millionen Klicks). Die äußerst mäßige Technik und Ausstattung versuchen die jungen Akteure durch kritische Einstellung zu kompensieren. Hier also doch ein Anklang an die intellektuelle Welt. Wurden die Videos billig hergestellt, sind sie doch hochwertig eingestellt.

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemбераusgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS (32) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

20 Die jungen Protagonisten von BibisBeautyPalace suchen nach irgendwie ästhetisch und moralisch Minderwertigem, nach Verhaltensweisen, die man belächeln kann, um die eigene materielle Dürftigkeit vergessen zu machen. Sie wollen ihren Witz daraus gewinnen, Klischees von z.B. Paarverhalten und Schminkvideos auszustellen und satirisch zuzuspitzen, im Namen (wenn auch keineswegs in der Form) des Dezenten. Gelacht werden soll auf Kosten von gröberen, geschmackloseren Zeitgenossen, allerdings ohne Häme und direkte Besserungsabsicht.

Überaus beliebt sind bei YouTubern ebenfalls Satiren über die Shows der privaten Fernsehsender. Selbst in der ARD muss man, wenn es juvenil wird, darauf zurückgreifen. Die traditionelle Technik der Boulevardblätter – moralische Verfehlungen breit herzeigen, um sich über ihre Präsenz besorgt zu zeigen – ist der erste und letzte Garant jugendlicher Kritik heute. Auf EinsPlus etwa konnte man vor Weihnachten eine Abrechnung mit den Castingshows erleben. Satirischer Gehalt: Gecastet werden keine Models oder Gesangstalente, sondern Pornodarsteller. Für eigenes Formgepräge zu schwach, reicht es nur noch für eine Adaption von Formaten, die man meint abzulehnen, ohne die man aber kaum mehr wüsste, was zu tun. Ein gutes Geschäft: Ökonomisch billig, ist die moralische Erhebung sogar gänzlich kostenfrei.

Zum Glück geht der Sender demnächst nicht wie geplant in einen Vollzeit-Fernseh-Jugendkanal auf, sondern in ein zusammen mit dem ZDF betriebenes Internetangebot über, sodass man beim Zappen nicht mehr Gefahr läuft, auf

Die Zeitschrift »Pop, Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop, Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop, Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS (479) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

lustige Twens zu stoßen. Verhindert wurde das Anliegen der öffentlich-rechtlichen Sender, ihren Jugendkanal zugleich im Netz und Fernsehen zu platzieren, von der besorgten Politik, die private TV-Anbieter vor der gebührengestützten Konkurrenz schützen möchte. Wenn Letztere einen Gutteil ihrer jugendlichen Energie daraus ziehen, sich parasitär auf Formen des Privatfernsehens zu richten, ist das kulturpolitisch sogar verständlich. Den Ministerpräsidenten vor allem aus der CDU geht es allerdings wenig überraschend um anderes: Sie wollen die Rundfunkgebühren begrenzen, in der vagen Hoffnung, damit medienwirtschaftliche Renditen zu steigern, und in der sichereren Annahme, damit bei ihren Unternehmerfreunden (symbol-)politisch auf Anklang zu stoßen.

Die Charade trifft neben EinsPlus auch das Digitalprogramm ZDFkultur. Mit ihm geht eine der letzten Abspielstationen für jene Sorte mäßig subventionierten Autoren-Films, die in längeren Einstellungen Individuen und Paare in ihren psychischen Nöten beobachtet; Landschaften in ähnlicher Färbung gibt es gratis dazu, für größer arrangierte Szenen fehlt freilich das Geld. Psychologie ist hier nicht (nur) im metaphorischen Sinne billig zu haben, sondern direkte Konsequenz des niedrigen Etats. Ihre Urheber trösten sich mit der Überzeugung, zwar ökonomisch billige, aber kritische, kreative Filme zu drehen.

Das ist mehr als eine billige Rationalisierung, wie der Vergleich beweist. Im Programm der ökonomisch erfolgreichen Privatsender befinden sich schließlich ganz ähnlich gemachte Sendungen, sowohl hinsichtlich der Produktionskosten als auch der Konzentration aufs Allzumenschliche in Kleingruppen.

Die Zeitschrift »Pop, Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop, Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop, Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS, GLASSES (11) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

22 Dennoch sehen sie anders aus als ihre Pendants im öffentlich-rechtlichen Spartenkanal. Laien oder noch unerfahrene Jungdarsteller sorgen im Privatfernsehen (oder den ARD- und ZDF-Nachzügler) in sauberen Studiokulissen vor Wänden und Möbeln in synthetischen Trendfarben für einen erstaunlichen V-Effekt. Ihn billig zu nennen ist nicht falsch, die Einschätzung darf sich aber nur auf die Ausstattungskosten beziehen. Wer noch selbst – nachdem er solche Serien angeschaut hat – mit anderen in eine intime Kommunikation eintreten möchte, der muss wirklich ferngesteuert sein. Die Programmverantwortlichen haben das Problem leider inzwischen überwiegend erkannt und statten ihre Soaps nun oft mit Straßenszenen und authentisch wirkenden Wohnungen aus; Handkameras besorgen den Rest an illusionärem Realismus (etwa in »Berlin – Tag und Nacht«, RTL II). Dadurch sehen die Inneneinrichtungen und mit ihnen die Folgen insgesamt sogar schäbig aus, wenn sie mittleren Preisklassen angehören.

Bei anderen Sendungen ist die Höhe der Investitionen noch viel schwieriger auszumachen, es gibt zu viele Variablen, die der Zuschauer nicht zuverlässig auf eine Gesamtsumme bringen kann. Im Gegensatz zu fast allen anderen Waren, die mit einem Preisschild daherkommen und dadurch versuchen, dem Kunden ihre Klasse zu verdeutlichen, bekommt die einzelne TV-Sendung im öffentlich-rechtlichen wie werbefinanzierten Programm keinen Wert zugewiesen, den man entrichten muss, bevor man sie sehen darf. Die Möglichkeit, billige Waren mit bescheiden-ordentlicher Attitüde als solide, günstig und angemessen einzustufen,

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS, GLASSES (12) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

entfällt deshalb ebenso wie das Hochgefühl, etwas sehr Teures und darum auch in jeder anderen Hinsicht vermeintlich Vorzügliches eingekauft zu haben. Im Bereich der Luxusgüter besteht zwar gerade kein starker Zusammenhang zwischen Preis und Produktionskosten, der Käufer erfolgreicher Marken nimmt den Spitzenpreis dennoch stets als Dokument hohen Werts.

Darum ist es wichtig, dass im kostenfreien Fernsehen (gemessen an der durchschnittlichen Sehdauer des TV-Konsumenten bleiben die Rundfunkgebühren maximale Discountangebote) auf andere Art und Weise Größe vermittelt wird. Kein Fehler ist es sogar, wenn noch in jenem professionellen Sektor, der sich dagegen wehrt, als Unterhaltung verstanden zu werden, nicht bloß auf ideelle Werte gesetzt wird, sondern Zahlen sprechen. Wer hätte sonst geahnt, dass die neue »Tagesschau«-Optik (ARD) mit den großen Fotos hinter den Moderatoren nicht ähnlich billig ist wie heimische Projektionsverfahren?

Billige Technik darf nur im Amateurbereich zum Einsatz kommen. Im Informationsgeschäft müssen Handyaufnahmen die Ausnahme von der Regel bleiben. Ein vergrößerter Einsatz von Amateurbildern würde anzeigen, dass die öffentlich-rechtlichen und die anderen zwar kommerziellen, dennoch staatsverbundenen Sender die Welt nicht mehr im Griff haben. Selbst Bilder von unvorhersehbaren Katastrophen sollten nicht nur verwackelt sein. Im Entertainmentsektor stellt sich das kaum anders dar: Pannen-Shows mit Laien-Videos von Unfällen in der heimischen Küche und im Garten zu produzieren können sich in hoher Frequenz nur noch Sender mit kleinerem Budget leisten.

Die Zeitschrift »Pop, Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop, Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop, Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS, GLASSES (1) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

24

Was wäre mit all den Schauen, die auf den Fähigkeiten ihrer Laien- oder semi-professionellen Akteure beruhen, auf den Wett-, Rate-, Sing- und Supertalent-Kandidaten, wenn sie nicht in großen, mit Zuschauern bestens gefüllten Hallen oder in weitläufig aussehenden Studios mit vielen Kameras und ausgetüftelter Lichtregie stattfänden? Dass die Veranstaltung vergleichsweise kostengünstig ist, träte sicher ernüchternd zutage. Selbst das im Dezember 2014 vom ZDF eingestellte »Wetten, dass..?« vertraute niemals, auch nicht zu seinen Hochzeiten, auf den angeblichen Charme der Vorführungen seiner Hobbyfreaks, sondern kombinierte sie stets mit den teuersten Stars der Unterhaltungsbranche.

Wichtig bleibt auch, die imposante Gage des Moderators bekanntzumachen, von ihr fällt ein notwendig teurer Glanz auf ansonsten preiswerte Sendungen. Von den autoritätshörigen Anhängern dieser Stars als »B- oder C-Promis« abqualifizierte Darsteller sind hingegen billig in mehrfacher Hinsicht. Sie beziehen ein viel kleineres Honorar, und um überhaupt etwas zu verdienen, müssen sie Dinge tun, die gemeinhin als geschmacklos eingeordnet werden, jenem Teil des Mittelschichtpublikum zum Gefallen, das sich über solche Angebote zum »Fremdschämen« und »Drüberstehen« erfreut, wie es auch im noch wirklicheren Leben keine Hemmungen hat, in den eigenen vier Wänden Handwerker, Pflege- und Reinigungskräfte mit geringem Lohn und an der Steuer vorbei arbeiten zu lassen. Die nach Länderspielübertragungen quotenstärkste, schichtenübergreifende Sendung, RTLs »Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!«, baut diese Erhebung in Form ironisch-abfälliger Moderatorenkommentare gleich in

Die Zeitschrift »Pop, Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop, Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop, Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

THE USERS, GLASSES (7) © Kurt Caviezel
www.kurtcaviezel.ch

die TV-Show ein und überlässt sie nicht dem Publikum vor dem Bildschirm. Die feuilletonistischen Tränen über den Niedergang der großen, gemeinschaftsstiftenden Fernsehunterhaltung beim Ende von »Wetten, dass..?« waren weitgehend fehl am Platze: Der Auftakt des »Dschungelcamps« Mitte Januar 2015 erreichte bei den 14-49-Jährigen einen Tagesmarktanteil von fast 42 %, beim Gesamtpublikum betrug der Wert immerhin noch knapp 28 % (= 7,5 Millionen Zuschauer).

Was Mitte der 1960er Jahre dem Mittelschichtpublikum zuerst in den USA als »Camp« bekannt wurde – im Schund, im Kitsch, im halbseiden Auftrumpfen oder an dünnen Fäden Hängenden das amüsant Faszinierende zu sehen –, hat damit eine neue Qualität erreicht. Man entdeckt jetzt nicht länger in jenem Billigen, das synthetisch, artifiziell überladen auftritt oder sich exaltiert gebärdet, um die knappen Mittel seiner Herstellung zu überdecken, eine eigentümlich interessante Kunstform, die mit moderner Askese bricht. Vielmehr sieht man im Billigen nun einfach das Billige, freilich ohne sich von ihm abwenden zu wollen.

Der Fernseher und das YouTube-Video bleiben angeschaltet, obwohl man ihren Gehalt eigentlich ablehnt. Man schaut weiter hin, im Wissen, die Sache im Grunde kritisch einordnen zu können. Kritik kostet hier (ähnlich wie in der heutigen intellektuellen Sphäre, die Eigentums- und Machtfragen bloß auf blasser Abstraktionsstufe berührt) kaum etwas. Nicht einmal bringt sie einen um die Möglichkeit, an den als billig erkannten Sendungen als Zuschauer vor dem Fernsehen oder als Pseudo-Parodist auf YouTube selbst teilzunehmen. ♦